



# 闲话易中天

## 易中天妙语品读

张坤◎主编 刘大钟◎编著

黑龙江人民出版社

4.092  
L1

---

**图书在版编目(CIP)数据**

易中天妙语品读/张坤主编. —哈尔滨:黑龙江人民出版社,  
2006.10

ISBN 7—207—07172—8

I.闲… II.张… III.易中天—史学—思想评论 IV.K092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125301 号

---

责任编辑:刘海滨

编 著:刘大钟

装帧设计:悦读时代·王涛

## **闲话易中天**

Xianhua Yizhongtian

张坤 主编

---

出 版 者 黑龙江人民出版社

通讯地址 哈尔滨市南岗宣庆小区 1 号楼

邮 编 150008

网 址 [www.longpress.com](http://www.longpress.com) Email [hljrmcbs@yeah.net](mailto:hljrmcbs@yeah.net)

印 刷 广水市新闻印务有限公司

开 本 880 × 1168 毫米 1/32 印张 6

字 数 100000

版 次 2006 年 10 月第一版 2006 年 10 月第一次印刷

书 号 ISBN 7—207—07172—8/G·1691

---

定价:16.00 元

(如发现本书有印制问题,印刷厂负责调换)

# 目录

做一个会说话的人 .....	5
<b>易中天的演讲“品读”</b>	
易中天究竟有多红? .....	9
易中天的演讲分析 .....	10
成功一定有道理 .....	24
<b>易中天的幽默“品读”</b>	
幽默语言或词语的运用 .....	27
故事幽默化 .....	30
通过对比产生幽默 .....	33
<b>易中天的妙语“品读”</b>	
正话反说或反语正说 .....	36
哲理与启发感悟结合 .....	38
调侃为语言增加趣味 .....	41
<b>易中天的个性“品读”</b>	
第一个性:麻辣 .....	45
第二个性:无厘头 .....	47
第三个性:本色 .....	48
<b>易中天的语言魅力</b>	
城市语言的魅力 .....	52
地方方言的魅力 .....	57
学术语言的魅力 .....	60
贴近年轻人的时髦语言 .....	64
交际语言的魅力 .....	67
<b>易中天“玩”转媒体</b>	
一、重视 .....	72
二、反问 .....	72
三、坚持 .....	74
四、坦然 .....	74
五、坚持 .....	75

<b>经典赏析：央视《面对面》王志对话易中天</b>	85
<b>访谈赏析之一：易中天作客央视《新闻会客厅》</b>	106
<b>访谈赏析之二：恒变的历史与恒久的人性</b>	
历史成败，系于制度	123
人性的概念我说不出来	126
笑容可掬地严肃着	130
“惆怅”是“终结”的外编	132
<b>访谈赏析之三：央视名嘴张斌拷问易中天</b>	137

## 口才是这样炼成的

口才的内因	145
口才的外因	147
怎样练习口才	150

## 你也可以这样演讲

良好的开端，等于成功的一般	153
随场即兴，把你的声势造出来	157
巧妙地对待反调现象	159
掌握演讲中的四个小技巧	163

## 易中天趣说历史何错之有

活泼说史又何妨	166
易中天走红和“浅思维”	169
学术畅销，才有更大生命力	171
易中天娱乐化历史没什么错	174
从炮轰易中天看如何治史	176
为什么偏偏是易中天	177
做真正的学问更难	180
出来混，哪能不挨刀	183
“美男”批“超男”，这事挺好玩	185

## 做一个会说话的人

出门要戴墨镜，因为走到哪里都会有人认出来；签名售书要出动保镖，因为前来排队的读者太多；媒体争相报道，因为他太红太火；他有自己的“粉丝”，有自己的博客，有专门的贴吧……这些经常发生在当红明星身上的事，如今却真实地发生在一位教授身上，他就是易中天。

易中天，现任厦门大学人文学院教授。他长期从事文学、美学、历史学等多学科和跨学科研究，是央视《百家讲坛》“开坛论道”的学者，其主讲的“汉代风云人物”首播即获热评，紧接着主讲的“品三国”更是受到观众的喜爱和追捧。他的学术著作在全国持续热销，占据着畅销书排行榜的前几位。

易中天的听众和读者老少皆有，但更多的是年轻人，那么多年轻人一起喜欢年近退休的教授，开始追捧他，这是很少见的。

正因为如此，“易中天现象”引发了各方的讨论和争议，如关于他的观点，他讲课的方式等等。

一个人的成功，一定有他的道理，易中天也不例外。易中天的广受欢迎，应该说有很多原因，比如他的研究成果，他的学术观点，还有借助于中央电视台《百家讲坛》的广泛影响等等。但我们看到，他成功的一个重要原因之一，就是他超凡的口才和他与众不同的演讲风格，无论是他的书还是他的演讲，都有着独特的语言魅力和个性风采。

易中天对历史事件和人物的评论，引入了现代语言和视角，特别是他语言的时尚和时髦，幽默与趣味，通俗与轻松，给听过他讲课看过他书的人以极大的“听觉”或“视觉”冲击力，新鲜感。而易中天的口才，还表现在他生活的方方面面，特别是他与媒体记者的各种对话中。而正是这所有的种种，恰恰是与现代社会联系最为紧密的部分，他的语言和观点，没有脱离时代，没有远离人群，特别是对喜欢读书、对历史感兴趣的那部分年轻人。

古有“一言以兴邦、一言以丧邦”的说法，而现代商业社会，口才更是在竞争中制胜的重要法宝之一。芸芸众生，竞争激烈，想要脱颖而出，口才是不可缺少的工具。易中天的出色口才、精彩演讲，为他的成功增色不少。

我们意在通过挖掘和分析易中天的演讲特点，语言魅力，妙语运用，个性特征，口才应变等，来提炼出可供人们学习和借鉴的知识、经验和技巧。在欣赏成功人士精湛的口才过程中，悟出适合自己适合大众演讲口才的精华，再通过锻炼和学习，提升与创新，为自己的人生添上缤纷色彩。《易中天妙语品读》不是机械的说教，也不是枯燥的培训，而是通过易中天这个超级精彩而成功人物

的口才，给你最生动和详实的举例，教你用心灵用思维去领悟和启发说话的真谛。

自古成大事者无不是能言善辩之人，“会说”“善说”并不是人一生下来就能做得到的，都是通过后天的学习和培养，努力感悟与揣摩，勇敢尝试与改进，才一步一步训练走向成功的。

相信自己，就有自信人生。重视演讲重视口才，必将受益匪浅。

但愿《易中天妙语品读》能给你插上飞翔的翅膀！



●可以说,因为有了易教授在《百家讲坛》的成功演讲,才有其后他的学术著作的大卖和大红。

●任何人的成功,他的走红,一定有其原因和道理,一定有它值得学习和借鉴的地方,没有人能随随便便成功。

●演讲是一门学科,是一门艺术,易中天先生在这方面至少给我们提供了一个样本,一个例子。

## 易中天的演讲“品读”

### 易中天究竟有多红？

易中天,这个名字最近频繁地出现在各种媒体上,报纸、杂志、电视、网络一拥而上,纷纷推出关于他的各种报道和消息。那么,易中天是谁呢?易中天,1947年出生,湖南长沙人,1981年毕业于武汉大学,获文学硕士学位并留校任教,现任厦门大学人文学院教授,长期从事文学、艺术、美学、心理学、人类学、历史学等多学科和跨学科研究,著有《〈文心雕龙〉美学思想论稿》、《艺术人类学》、《黄与蓝的交响——中西美学比较论》(与邓晓芒合作)等著作。近年还撰写出版了“易中天随笔体学术著作——中国文化系列”四种:《闲话中国人》、《中国的男人和女人》、《读城记》和《品人录》。

央视《新闻会客厅》曾有过这样的描述:以前说起最

受追捧的人物，我们往往想到的都是娱乐明星，有自己的追星族，有自己的网站，有现在最时髦的博客，走到哪儿被人认出来，或者有人去要求签名，甚或是有人说想按他的模式去培养自己的孩子，而这一切现在都发生在一位教授身上，他就是易中天。

刚刚过去的五一长假对于厦门大学教授易中天来说并不是轻松的，从五月一日开始，作为主持人之一，易中天连续参加七场直播《江山如此多娇》，每天一个小时，而这只不过是近来他参加的无数活动中的一个而已。

而实际上，在全国和地方的大型活动、论坛、电视直播间等多个场合，人们也总能听到易中天的名字，见到他的身影。在多个场合，人们也经常很容易地就能认出他来。

在书店里，易中天的关于历史等方面的著作经常摆在畅销书柜台上，尽管在不少人眼里，学术著作一直是书架上的冷门。

2006年8月6日《新民晚报》关于“上海书展”易中天的报道标题就是：《见人就问“易中天在哪里”——品三国首日销售6349册》。报道称：大群“乙醚”（易中天书迷）就占据中央大厅内的座位，人手一至多本《品三国》。通往中央大厅的正门入口处大扶梯人满为患，广播里一遍遍重复：“中央大厅的读者请注意安全……”

下午2时，易中天戴着墨镜低着头，在工作人员和六位保镖的护送下现身中央大厅。他的到来使得现场爆发出欢呼声。原本安排与读者的对话也不得不取消，签售立即开始。

记者在被踩数脚，遭到无数白眼之后，终于杀出一条“血路”冲到了易中天的背后。看到易中天在图章空白处

签大名，3秒钟一个人。文艺社近50名工作人员、展览中心几十名保安，加上本报志愿者，近百人拉起安全线，但场面仍然有些紧张，易中天面前的桌子几次差点翻倒。

2个小时不到已经换用了4支水笔。疲倦得几乎说不出话，却不敢喝水，因为要穿过排队的人群去上厕所简直就是不可能的任务。

读者个个却是精力充沛，有的中学生冲上来直握住他的手不放：“易老师我爱死你了”，到近6点签售结束时，易中天共签出了4000多本《品三国》。疲倦无力的他在工作人员的搀扶下“逃”了出现场。

易中天，一个大学教授，一个我们大众原本陌生的名字，一时间成为了媒体的焦点，成为了电视明星。这得益于他接受中央电视台《百家讲坛》栏目的邀请，在电视节目中主讲“品读汉代风云人物”系列的播出，这个讲座一经推出，易中天就受到了电视观众，特别是对历史感兴趣的听众的喜爱，而真正使易教授在观众中掀起一股如此“读”易中天，“看”易中天，“追”易中天之热潮，是易教授在主讲了“品读汉代风云人物”系列之后，推出的“品三国”系列历史讲座，同样是讲历史事件和历史人物，其受到观众喜爱的程度却远远超出了以往任何时候。甚至有报道说女孩子们都打出了“嫁人就嫁易中天”的口号来。一时间，上至老人，下至10几岁的小孩，掀起了从未有过的读“历史”热，而这读的更多的不是《三国演义》不是《三国志》，更多读的是易教授的讲座集结成的书《品读汉代风云人物》《品三国》等。

### 易中天的演讲分析

他，究竟有什么“魔力”受到如此的热追，有如此大的号召力？在我们的印象中，一个教授，一个学者，是关门做学问的，如今却如此地“走红”，走近大众。他究竟成功在什么地方？有什么诀窍吗？他到底靠什么来吸引人打动人说服人？

这其中应该有很多的原因，比如说他的学识，他的观点，他的分析等等，都有与众不同的地方，所以引起了人们的兴趣，并进一步认同，也引起了媒体的极大关注，于是走红只是迟早的事。然而在这其中，与他成功最分不开的就是演讲口才，也可以说，因为有了易教授在《百家讲坛》的成功演讲，才有其后他的学术著作的大卖和大红。

下面，我们就来分析、品读易教授的演讲风格和演讲中能打动人的与众不同之处，为我们大众在口才演讲方面提供一些可以学习和借鉴的地方。

### 一、学术演讲“熟悉里有不熟悉的东西”。

在以往我们看到听到的学术演讲会上，专家学者的演讲风格基本上都是严肃为主。演讲者穿得正，表情沉，声音稳，所讲大多用的都是很专业很学术化的语言。那是讲给专业人士听的，所以有了很大的局限性，也就是说非专业的人可能很难听懂，就更别说有继续听下去的兴趣和吸引力了，当然，这样演讲的目的性很强，来者都是对此有所研究的人，否则，是听不下去坐不住的，即便坐在那，也是心不在焉，身在曹营心在汉。

于是，学术演讲对我们普通大众来说，是可望而不可及的。这其中，肯定有遥远的距离。

而易中天的这个讲座呢，也是学术演讲，也带有专业

背景，那就是历史。但是，他并不是讲给专家学者听的，也不是讲给专业人员听的，或坐在现场来听的大多是普通的大众，他们或坐在电视机前，听易教授讲刘邦讲项羽讲曹操讲刘备讲诸葛亮……讲这些我们耳熟能详的人物和事情，但是，恰恰是熟悉里有不熟悉的东西吸引了我们。

这里的“不熟悉”就是易教授自己的“独见”，也就是提出了独到的观点，绝对是大家以前没有看过也没有听过的。这样，听众的“胃口”就被吊起来了，你得听下去，不然你会觉得不听下去就不舒服不过瘾。

你看易教授在“品三国”系列第一讲《品三国之大江东去》里，他很快就提出了自己新的观点：诸葛亮的空城计是子虚乌有。

这个事情不合逻辑啊，第一，你不就是怕他城中埋伏了军队吗，派一个侦察连进去看看，探个虚实可不可以？第二，司马懿亲自来城下看见诸葛亮在城楼上神色自若，琴声不乱，说明距离很近，看得见听得清，那你派一个神箭手把他射下来行不行？第三，根据这个郭冲的说法和《三国演义》的说法，两军的军力悬殊是很大的，有说司马懿带了二十万大军的，有说司马懿带了十几万大军的，反正至少十万，你把这个城围起来围他三天，围而不打行不行？何至于掉头就走呢？所以是不合逻辑的，诸葛亮的空城计是子虚乌有。（——详见《品三国》之“大江东去”）

“诸葛亮的空城计是子虚乌有。”这个观点真是开天辟地头一个提出的，一直以来，我们津津乐道于诸葛亮以少胜强多这一经典的计策——“空城计”。但就是这个经典，被易中天以这样的三点理由予否定，在这个熟悉的情

节里，被易中天给了我们一个大大的“不熟悉”，甚至于“不相信”。我们姑且不论他的这个观点正确与否，根据、论证的是否说得通站得住脚。仅凭他这样的“标新立异”已经足以把听众留住，留在《百家讲坛》，也使我们对这个易教授产生了强烈和好奇的兴趣，他接下去究竟怎么来论证自己的观点呢？他还有些什么新的观点是我们“不熟悉”的吗？他的观点能说服我吗？如此疑问都是观众留下来的缘由。

再比如：郭嘉的这段话有三层意思（指郭嘉说的这句话：“夫智者审于量主，故百举百全，而功名可立也。袁公徒效周公之下士，而未知用人之机，多端寡要，好谋无决，欲与共济天下大难，定霸王之业，难矣。”）：第一层意思，就是一个智慧的人，尤其是一个准备做谋士的人，要能够善于为自己选择一个好老板。你要是老板选错了，那你这一肚子的学问、知识、谋略，就没有用武之地；如果你老板选对了，那你就可以功成名就。第二层意思，袁绍不是一个好老板，为什么呢？袁公徒效周公之下士，那么周公是如何下士的呢，“一沐三握发，一饭三吐哺”，就是说他正在洗头，突然有人通报说有一个人才来了，马上停止洗头，把头发抓住去接见。正在吃饭的时候，有人通报说人才求见，马上把嘴巴里的饭吐出来，然后出去接见。洗一次头他三握发，吃一餐饭他三吐哺，他非常尊重人才，求贤若渴。郭嘉说，这个样子袁绍是学会了，但是没有学到周公的精髓，所以袁绍的礼贤下士是靠不住的，何况袁绍本人还有一些什么毛病，所以袁绍不是好老板。还有第三层意思，郭嘉没有明说，我们可以猜出来，那就是曹操是个好老板。（——详见《品三国》之“天下归心”）

你看，郭嘉的这段话是我们所熟悉的，因为我们在《三国演义》里读过，但是这样的白话翻译我们是没有见到过的，这是第一次看到，所以也是我们不熟悉的。“曹操是老板”，这是非常现代的语言，他用来翻译三国的曹操，也可以说是一个比喻，但这个比喻是大胆而新颖的。而且提出了“曹操是个好老板”的观点，这个观点也是新颖的，是我们不熟悉的。在我们的印象中，曹操是一个很有心计的奸雄，在《三国演义》里他是一个反面的形象，他代表着“坏”“残暴”等形象。而易教授偏偏说他“好”，那么，什么样的人才能做一个好老板呢？易中天先生又为什么认为曹操是一个好的老板呢？曹操怎么就是个好老板呢？他的“好”究竟在哪里，怎么体现？这样一个标新立异的观点，给了我们太多太多的疑问，所以你得留下来，你也得听下去，并且你想弄明白的心情是那么的急切！

这样的演讲开场白，实在是经典的一“招”。对演讲本身来说，是起到了先声夺人的效果。

而这个时候，熟悉不熟悉历史的人，都将被他的话留住。因为，你想听！

而在整个演讲过程里，易教授这样的“惊天”观点不断被他提出来，可以想象，有多少人会对他的演讲感兴趣，有多少人会来听来看。这些都是不言而喻的，事实也证明了易教授演讲的大大成功。

## 二、演讲过程中不断地设置悬念。

大家都知道，演讲的根本是要让听众能听懂你在说什么？而听懂的前提是他想听，而且要跟随你的思路在思考，你要感染他，调动他，最后说服他或者是为他提供

了思考和想象的空间,这样的演讲才是成功的。

显然,易教授是非常明白这一点的,而且做的非常成功。

他采用的办法之一就是设置悬念。在一节演讲里多次设置悬念,然后在每一节的结尾都要提出一个非常吸引人的问题,这个问题与之前讲的内容有关联,也就是说是我们急着想要弄明白是怎么一回事的问题。大小悬念的巧妙结合与推进,真正把听众的好奇心留到了下次开讲的时候,大家迫不及待地想要知道,所以觉得易教授的下一次演讲早些再早些来就好了,于是有了期待和盼望,没有比这样的悬念设置更成功的了。

大家知道,很多人听易教授的这个历史品读系列讲座都有了瘾一样,作为一个学术研究者,作为一个电视演讲者,这是非常难得的。于是,等易教授的开讲就成了观众的一个习惯。

我们来看一个例子。还是在“品三国”系列的第一讲里,易教授首先提出了“诸葛亮的空城计是子虚乌有”的这一观点和悬念,紧接着,他又提出了自己的观点,设置了新的悬念——“其他的火烧博望、火烧新野、草船借箭等等都是编出来的。”这无疑是一个很重磅的悬念,这些我们熟悉的经典历史战役,竟然都是编造出来的,都是罗贯中自己杜撰的。观众接受不了啊!不管你接受不接受了,不管你急切不急切,请你坐下来慢慢听他道来。这还不算,紧接着,易教授又开出了新的悬念,这个悬念开到了一个人的身上——“其中最可笑的是借东风,大家可以去看一下《三国演义》,当时诸葛亮借东风是个什么形象?”很显然,他要否定“借东风”了,而听他的口气,还要



对诸葛亮这一经典的“借东风”战役进行否定，以他的风格，他会 对诸葛亮进行什么样的评价呢？

如此一个又一个的问题，一个又一个的悬念，紧密到不透风，听众不听你说下去晚上睡觉肯定是睡不着的。

在一节的演讲里，这样的悬念设置如此之多，在一讲行将结束的时候，易教授都做了精心策划，策划出了更“勾人”的悬念。比如：

但是我对苏东坡先生一贯尊敬，对于他这句话是不以为然的，我认为这恰恰表现出曹操的大气。我就不说豪言壮语，我就不谈政治功劳，我就不谈国家大事，我就要谈这些小事，你们把我怎么样？你能把我咋地？你们说我是小人我就是小人又怎么样？我曹操就是曹操，我曹操才不在乎你们怎么评价我呢，我就是这样的人。这叫什么？“惟大英雄能本色，是真名士自风流”，曹操能够如此地本色，说明他是英雄，而且是大英雄！不过这个英雄是很狡猾的，很奸诈的，因此是奸猾的英雄，简称奸雄。而这个奸雄呢，又是非常可爱的，所以我认为对曹操的评价就是这五个字——可爱的奸雄，那么曹操又如何是个奸雄呢，他怎样地奸雄呢，他又怎样地可爱呢？请看下集奸雄之谜，谢谢。（——详见《品三国》之“真假曹操”之结尾）

再看下一个悬念设置：

董卓的这种倒行逆施和胡作非为当然要引起公愤。当时的情况是怎么样的呢？当时的情况是各州、郡的州牧、太守、刺史，他们都已经有了自己的地盘和军队，朝廷已经不大指挥得动他们了。在这样的一个情况下，帝国的州、郡就宣布成立义军讨伐董卓。也就是说，在公元 189 年董卓入京以后，东汉王朝在事实上已经灭亡了，虽然在